

Диверсификация рынка как средство роста бизнеса в условиях кризиса (на примере компании STADLER RAIL AG (Швейцария))

Пилипук Н.Н., Король В.Н.

Белорусский национальный технический университет

Компания Stadler Rail AG является крупным европейским производителем рельсового транспорта: модельный ряд компании включает электро- и дизельные поезда, трамваи и специальный подвижной состав для эксплуатации в сложных условиях.

В условиях мирового кризиса снижается спрос на традиционных ранках как из-за отказа ряда потребителей от размещения заказов, так и за счет переориентации на более дешевую технику.

Тем не менее, компания предприняла ряд мер, направленных на устранения негативных последствий кризиса на традиционных рынках за счет выхода на новые рынки и рыночные сегменты при сохранении высочайшего уровня обслуживания и индивидуального взаимодействия с каждым потребителем.

С целью повышения конкурентоспособности, компания также использует такой инструмент, как организация сборочных заводов на территориях целевых рынков.

Таким образом, успешный опыт работы компании Stadler Rail AG доказывает, что снижение цены в ущерб качеству не является единственным инструментом рыночной стратегии в условиях кризиса. Гораздо более важным является анализ потребителей на рынке, создание и предложение продукта, в наибольшей степени соответствующие этим потребностям, а также высочайший уровень работы с каждым клиентом. Указанный опыт в настоящее время внедряется на новом подразделении компании Stadler Rail AG, созданном в Республике Беларусь, что позволит внедрить швейцарские стандарты качества в повседневную работу на отечественном рынке.